

XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2015.

LAS IDENTIDADES EN LA RED.

CLAUDIA ROXANA DORADO.

Cita:

CLAUDIA ROXANA DORADO (2015). *LAS IDENTIDADES EN LA RED. XI Jornadas de Sociología. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-061/65>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

X JORNADAS DE SOCIOLOGÍA, UBA

13 al 17 de Julio del 2015

MESA 4 | Subjetividad y redes sociales en los tiempos de la banda ancha

Coordinadores: **Federico Luis Abiuso** (Universidad de Buenos Aires (UBA), **Miguel Ángel Forte** (Universidad de Buenos Aires (UBA), **Alvaro Gascue** ((Universidad de la Republica , UdelaR), **Martín Gendler** (Universidad de Buenos Aires (UBA)

ABSTRACT

Las identidades en la Red

Autora : **Claudia Roxana DORADO** (Mg Cs Soc, Doctorando, Ab. Esc), Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, y Escuela de Ciencias de la Información.

Correo electrónico : cladorado@yahoo.com

En esta ponencia se reflexiona acerca de cómo se construye en las redes sociales distintas identidades ó identidades múltiples. Tal como sostuvo Manuel Castells todas las identidades son construidas, pero lo importante es saber cómo, desde qué, por quién y para qué se construyen. Mas específicamente se analizan comportamientos políticos en la red, donde se observan cómo se construyen las identidades de militantes, simpatizantes y opositores en la red, frente a “otros” con quienes se desarrollan relaciones de simetría u oposición. Partimos del supuesto que estamos en un mundo globalizado en donde el tiempo y el espacio se desdibujan en el sentido de Zygmunt Bauman, y en donde las identidades deben ser constantemente actualizadas, ya que vivimos online y offline

Palabras claves: redes sociales-identidades- sociedad red- modernidad líquida-identidad líquida.

PONENCIA

Las identidades en la Red

Autora: Claudia Roxana DORADO (Mg Cs Soc, Doctorando, Ab. Esc), Universidad Nacional de Córdoba, Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, y Escuela de Ciencias de la Información.

Correo electrónico : cladorado@yahoo.com

Introducción

En primer lugar, al cuestionarse la “**identidad**” en la red, es necesario aclarar que ésta temática, como bien expresó Zygmunt Bauman(2010), no se planteaba en los pensadores clásicos de la sociología como Durkheim, Marx o Weber, porque la misma no era una preocupación para ellos en aquella época. Por esto la “identidad” sólo asume importancia en una sociedad, con características distintivas que algunos denominan post-moderna, de alta ó segunda modernidad, red, globalizada, o de la modernidad “líquida” aunque sean palabras que no tienen o asumen la misma significación sino que existen entre las mismas sutiles diferencias, pero en el fondo se trata de una sociedad en donde el actor social se ha liberado de la tradición, las costumbres, la lentitud, el espacio, el tiempo y asume nuevos desafíos vinculados con el avance científico y tecnológico, al mismo tiempo que genera nuevos “riesgos”. En concordancia, con lo expresado por Zygmunt Bauman(2010) la gente se cuestiona las cosas cuando las ve desvanecerse, es decir que se plantea el problema de la

identidad en la modernidad líquida, frente a su falta de certidumbre, su volatilidad, cambiabilidad, fragilidad.

Un mundo globalizado

Más allá de la perspectiva teórica que se adopte, se debe partir del supuesto que estamos en un mundo globalizado. La globalización ha obligado a los Estados nacionales a negociar con actores sociales transnacionales, como sostiene Ulrich Beck (2000), ha puesto de manifiesto que el concepto de Estado- Nación como categoría de análisis se ha visto trascendido, que hoy existen ciudadanos y contribuyentes virtuales, que algunos participan de la globalización y otros están condenados a la localización, y como sostuvo Zygmunt Bauman(2000) ser local en un mundo global es signo de penuria y degradación social. En tanto que otros se hallan globalizados. La globalización, parafraseando a U .Beck(2000) obligó a salir del corset del trabajo, del Estado Nación, del Mercado (interno), y de las Empresas nacionales, entre otros.

En un mundo globalizado, en donde el tiempo y el espacio se diluyen, donde hay quienes participan del fenómeno globalizador y quienes están cada vez mas fragmentados o excluidos, es necesario cuestionarse acerca de cómo entendemos la identidad. Si hay una identidad para incluidos en la globalización y otra para los excluidos, cómo se construye/n socialmente, por qué y para qué.

Una Sociedad Red, una sociedad moderna líquida

Ahora bien para reflexionar acerca de la identidad en la red, es necesario partir, a mi entender, de la comprensión de la existencia de una sociedad red. Este concepto fue propuesto por Manuel Castells cuando intenta “...analizar el mundo surgido en las postrimerías del siglo XX a partir de una serie de procesos inter-relacionados que constituyen una nueva era, la era de la información...” (2008; pp 23). Para Manuel Castells(2008) la red constituye una nueva estructura social dominante que afecta a todos. Entonces nuestras sociedades se estructuran en torno a la oposición bipolar entre la red(que conecta globalmente) y el yo (con la identidad

particular ó individual). En la concepción de Manuel Castells(2008) en la sociedad red la gente tiende a reagruparse en torno a las identidades primarias (religiosa, étnica, territorial, nacional), es decir a identidades que son mas por lo **que es o cree ser** que por lo que hace. En este sentido cabe aclarar que las opiniones de los cientistas sociales no es pacífica. Zygmunt Bauman(2013) distingue una modernidad sólida, donde la identidad se caracteriza en forma similar a lo antes descripto, y una modernidad líquida en donde las identidades flotan, son elegidas, deben ser configuradas o reconfiguradas permanentemente. Tal vez la imagen del ropaje que uno usa ó no ó descarta por no estar más a la moda sea un modo de ejemplificar las identidades líquidas ó frágiles, a las que Bauman (2013) denomina “**comunidades de guardarropa ó de carnaval**”, por ser comunidades explosivas, transitorias, volátiles, que se arman para una ocasión, un espectáculo (ya sea real o virtual).

Parafraseando a Manuel Castells(2008) la tecnología de la información ha producido una revolución en la sociedad, pero la tecnología no determina a la sociedad, ni ésta dicta el curso del cambio tecnológico, ya que intervienen muchos factores. La Sociedad puede incluso sofocar a la tecnología.

Además Manuel Castells(2008) sostiene que existe una **sociedad informacional** que posee sistemas socio-técnicos, y que es capitalista. La sociedad informacional tiene una forma específica de organización social en la que la generación, procesamiento y la transmisión de información se convierte en fuente fundamental de productividad y poder, debido a las nuevas tecnologías de la información y comunicación. Esta sociedad tiene su propia lógica, de interconexión de su estructura básica, que explica el uso del concepto de la sociedad “red”.

Las TICs entonces integran al mundo en redes globales de carácter instrumental, en donde la comunicación a través de los ordenadores genera vastas comunidades virtuales. Este sistema sin embargo excluye ó fragmente entre los alfabetos versus los analfabetos tecnológicos, lo cual genera consecuencias para las identidades.

Manuel Castells(2008) sostiene que la red desconecta al Yo (individual o colectivo)y éste construye su significado sin una referencia instrumental global, es un proceso de desconexión recíproco, negación de los excluidos de la lógica unilateral del dominio estructural. En igual sentido Zygmunt Bauman(2010) expresa que la red desconecta al yo, cuando sostiene que se enciende el móvil y se desconecta la calle, es decir que éstos aparatos tecnológicos con sus modalidades, sirven para que el actor social se sustraiga de la realidad social circundante y se aisle al cyber mundo. Sin embargo aclara que no hay que ir contra los medios tecnológicos ya

que son los actores sociales los que los utilizan por resultarles útiles, en un mundo donde se puede optar entre estar conectado o no, y cambiar o no las identidades construidas.

Manuel Castells da un concepto de Red ”...*Una red es un conjunto de nodos interconectados. Un nodo es el punto en el que una curva se intersecta a sí misma...*”(2008; pp 506). En la red los flujos no tienen distancia, y los procesos de producción, la experiencia, el poder y la cultura se modifican. En las redes hay relaciones de dominación entre los que están dentro y los que son excluidos de las mismas, en tal sentido cabe recordar cómo en los Estados Unidos había una red social, que fue cuestionada por excluir a las personas consideradas “feas”. No obstante ello, para Manuel Castells, la estructura social de las redes, es en principio abierta y dinámica, es un espacio de autonomía.

Para Manuel Castells(2008), la sociedad red es “capitalista”. El capitalismo es global, usa las redes, se da en flujos, con capital global (se acumula), es atemporal. Pero se cuestiona si ¿existe una sociedad capitalista global? A lo que responde que desde el punto sociológico y económico, no existe, pero sí existe una **red de capital global**. Esta red unifica y gobierna los centros de acumulación capitalista, estructurando la conducta de los capitalistas en torno a su sometimiento a la red global.

En este contexto la política, también se ve afectada por la globalización, ya que las tecnologías modifican, el modo de hacer política, los procesos, los actores y las mismas instituciones políticas, así hoy se postula la existencia de la “**cyber política**”.

La identidad en la modernidad sólida y líquida

Zygmunt Bauman(2010) sostiene(recordando a Kracauer) que hay dos tipos de comunidades, los que viven juntos en una trabazón indisoluble por destino; y otra conformada por quienes están soldados únicamente por ideas o principios diversos, aclarando que sólo en esta segunda clase de comunidad se presenta el problema de la identidad porque las personas están expuestas a un mundo policultural, ya que la identidad no es algo que esté protegido sino que

es “negociable y revocable”. Además sostiene que la gente no pensaría en la “identidad” si la pertenencia no fuese una alternativa sino un destino. Entonces el problema de la identidad se da en la “modernidad líquida”.

En la modernidad líquida, siguiendo a Bauman (2010), las personas están expuestas a una variedad de ideas y principios, adoptando “múltiples” identidades, se ven forzadas o a esconder algo, a pedir disculpas, o por el contrario a negociar ó pujar por algo, para no estar total o parcialmente fuera de lugar. Las identidades, para Zygmunt Bauman(2010), “flotan en el aire”, algunas elegidas por uno y otras puestas por los demás que nos rodean, y hay que estar en alerta para defender a las primeras de las segundas. Aunque uno pueda sentirse como en casa, en cualquier parte, hay que pagar el precio de la no pertenencia.

Para Bauman (2010) la identidad es algo que hay que inventar, no descubrir, o elegir entre alternativas, y luego luchar por defenderla/s.

En la modernidad sólida, el nacimiento determinaba la pertenencia a una nación. El Estado y la nación se implicaban y necesitaban, y el primero era el destino del segundo. El Estado se ocupaba de fundamentar o sedimentar lo que corresponde a la “identidad nacional”, ya que quien gobernaba imponía las reglas, en este caso la identidad. Esto también delimitaba el “nosotros” de los otros, una inclusión y una exclusión. Entonces la idea de identidad nació de la crisis de pertenencia, y en el esfuerzo para superar el abismo de lo que “se es” y se “debería ser”.

Con la globalización, sostiene Bauman(2010) al igual que Ulrich Beck (200) el Estado ó Estado Nación no tiene peso. Por ello sostiene Bauman (2010) que surge el anhelo de la identidad como deseo de seguridad, ya que se abandona el principio “cuius regio, eius natio” (quien gobierna impone la identidad).

Bauman(2010) dice que las filiaciones sociales como definición de identidad (raza, género, país, lugar de nacimiento, familia, clase social,etc.) están disluyéndose y alternándose en los países avanzados tecnológica y económicamente, al mismo tiempo que se buscan nuevos colectivos sociales, en los que uno pueda sentir pertenencia. Entonces Bauman(2010) sugiere que los colectivos que los individuos privados de marcos ortodoxos de referencia intentan encontrar o crear tienden a estar electrónicamente mediatizados; son “totalidades virtuales frágiles”(fáciles de entrar, difíciles de abandonar).

Bauman (2010) sostiene que en nuestro mundo de individualización rampante, las identidades tienen su/s pro y contra/s. La mayoría de las veces las modernas modalidades líquidas de identidad cohabitan (incluso aunque estén situadas en diferentes niveles de conciencia), ya que son ambivalentes (se puede pasar o cambiar) pero aceptar o asumir una, implica compromiso, y tal vez esto es lo que no quiere el hombre líquido. Cabe aclarar que el problema de la identificación ó de la identidad, no es menor, ya que la misma es un factor de estratificación social. La parte superior de la estructura social puede elegir su identidad y la parte baja no, sólo debe aceptar la identidad que le ponen los otros, identidades que estereotipan, humillan, deshumanizan, estigmatizan, de clase inferior de refugiados, de desechos humanos, entre otros. Por esto es que Z. Bauman (2010) expresa que hoy es la “exclusión” mas que la explotación sugerida por Marx lo que subyace(2010; pp. 92).

Bauman (2010) sostiene que en el Estado Pre-moderno la identidad era por nacimiento y en la mayor parte del Estado Moderno, la identidad era algo que el individuo debía ejecutar a partir de sus biografías (su propia trayectoria, de su profesión, su el estilo de vida, había que convencer que si se era burgués se debía actuar como tal, etc.). Esto implicaba libertad de auto-identificación y la triple confianza (en uno, en los demás y en el Estado). Pero ahora aclara que se está pasando de la fase sólida a la “fluida” de la modernidad. Se llama “fluida” porque no pueden conservar su forma por mucho tiempo, a menos que se vuelque en un contenedor. No se sabe si se debe cambiar, si viene una sequía o una inundación. Bauman(2010) sostiene que en la modernidad fluida se vive el “aquí” y “ahora” y solo eso, las relaciones personales del hombre líquido son “sin ataduras”, de ahí que en las “redes” se puede conectar y desconectar en un instante, se pueden usar los teléfonos móviles y chats, y mensajería (para dialagar ó salirse de la realidad, rompiendo el diálogo,), ó se puede usar el contacto auditivo (donde hay diálogo en el cyber espacio sin contacto visual ó gestual en la realidad, o con las últimas tecnologías Smart se pueden incorporar éstos últimos aspectos. Por último Bauman(2010) sostiene que la ambivalencia que experimentamos la mayor parte del tiempo del tiempo, con relación a nuestra identidad es “auténtica”. No hay una receta infalible, debemos enfrentar la tarea de “identificarnos a nosotros mismos” todo el tiempo.

La identidad en las Redes Sociales. Identidades múltiples o falsas?

Las redes sociales nos permiten conformar o ser parte de grupos por comunidad o afinidad de intereses ó no, en donde nos presentamos con una u otra identidad construida. Las TICs han modificado las prácticas sociales, y por supuesto la identidad. Ahora bien, el hecho de que las personas asuman varias identidades ó identidades falsas en la red, nos hace cuestionar acerca de si existen identidades verdaderas. Siguiendo a Z. Bauman (2010) no se le puede echar la culpa a las TICs porque en estos casos es el hombre líquido quien las usa por su comodidad, y no a la inversa.

Las redes sociales permiten que el hombre líquido, consuma bienes, los deseche o no, y deseche también relaciones sociales, y que pueda “...viajar liviano...es ahora el mayor bien y símbolo de poder..”(Bauman, Z; 2013; prólogo pp 19).

Siguiendo a Z. Bauman (2010) los medios de comunicación proporcionan la materia prima que los espectadores usan para abordar la ambivalencia de su emplazamiento social, saben que no pueden vivir en el espacio de la elite cultural cosmopolita, pero también saben que los medios proporcionan la “extraterritorialidad virtual”, sustitutiva, e imaginada, a quienes no pueden acceder a esa realidad. Esto permite la sincronización de focos de atención (ej. concierto, la celebrity, los temas, etc.), que si bien van a la deriva, tienden a desaparecer, a ser olvidados, creando una ilusión de libertad de elección.

Las identidades en la cyber política

En primer lugar, cabe aclarar que las nuevas tecnologías de la información y comunicación han modificado la forma de hacer política. En tal sentido algunos autores han abordado las relaciones entre la política y la web 2.0, llegando a sostener que ésta última permite una mayor colaboración de los ciudadanos. En tal sentido es posible observar que los partidos políticos, así como sus candidatos, y las campañas políticas tienen presencia constante en las principales redes sociales. Siguiendo a Juan José Solís Delgado(2012) es posible sostener que hace tiempo que se escucha que las campañas electorales se ganan en los medios antes que en las urnas; lo cual es polémico y complejo porque si bien las estrategias comunicacionales son

importantes y tienden a una sobre exposición del candidato, esto no supe la falta de planes o programas ó de la capacidad ó conocimientos de un candidato. Esta necesidad de sobre exposición del candidato se da tanto en los medios tradicionales como en las redes sociales, aunque la comunicación en las redes sea horizontal a diferencia de los medios tradicionales.

Guillermo Bertoldi(2011) en la introducción se su obra “La campaña emocional” explica que quienes trabajan en campañas electorales y en su comunicación política siempre tratan de hacer de ellas una experiencia única para la ciudadanía, haciendo que la gente se emocione y contagie, ya que estamos ante una sociedad indiferenciada, aburrida y cansada del mensaje tradicional político, que solo lee lo que le interesa o mas bien lo que entiende, por lo que no importa lo que se dice sino lo que “significan esas letras para la gente”(Bertoldi; 2015).

Sostiene José Luis Dader (2009) que al inicio del surgimiento de internet, los políticos ven la posibilidad de comunicarse por la red. El primero que hace uso de las autopistas de la información es el vicepresidente Al Gore de los EEUU(13/01/94) que tuvo una charla por la red con los ciudadanos, sin embargo quien produce una verdadera revolución con el uso de las redes sociales para una campaña electoral es Barack Obama en el año 2007-2008. Barack Obama presenta dos libros *Los sueños de mi padre* y *La audacia de la esperanza* los cuales le permiten lograr un canal profundo con la gente al contar su historia y sensibilizarlos (Castro Martinez Levy; 2012). Siguiendo a José Luis Dader(2009) con la campaña del 2007-2008 de Barack Obama internet asume un nuevo papel en las campañas: se cuelgan videos, blogosferas, debates TV, marketing viral, SMS, RSS, difusión por celulares, Ipods, comunidades virtuales, etc. Al exigir registrarse en la plataforma para pasar al contenido, quedaban registrados los usuarios, para mandarles mensajes constantes de Obama. Incluso una vez que Obama alcanzó la presidencia se siguieron mandando mensajes. Entonces, siguiendo a José Luis Dader(2009) esto permitió un auténtico diálogo entre las elites políticas y los ciudadanos en una ciberdemocracia o democracia deliberativa.

En segundo lugar, teniendo en cuenta que estamos en un año electoral en Argentina(2015) es que se analizó qué identidad asumen algunos de los candidatos políticos a gobernador de la Provincia de Córdoba. Así fue posible observar que los candidatos presentan sus biografías en Wikipedia(Schiaretti, Llaryora, Aguad, Olivero, Accastello). Algunos tienen sus plataformas, weblog, y presencia en las distintas redes sociales(Facebook, twitter, linkedin, flickert, you tube). Cabe aclarar que en Facebook la mayoría de los candidatos se presentan como “figura pública”, es decir que se construyen como “conocidos” socialmente, acercando sus datos de

su biografía (donde estudiaron, trabajaron, su familia, entre otros). Es decir que en la nueva era de la cyber política se deben construir “identidades” en las distintas redes, ya que la visibilidad, la presencia y actualidad hace a la construcción identitaria del “político”. En tanto que los militantes, como adherentes a la política, se construyen en la red a través de sus adhesiones, o “me gusta” en Facebook o “twitteando o retwetteando” en twitter, o contribuyendo a viralizar el video del candidato. En tanto que quienes son opositores suelen crear páginas detractoras de los candidatos o cuentas alternativas(o falsas) en twitter. Sin embargo a diferencia de la política tradicional, un actor se construye como “militante” ó “adherente” en una fun page, en una plataforma, en una red social, y luego en otras, es decir que en la sociedad red, se pueden construir múltiples identidades y uno puede asumir como sostuvo Zygmunt Bauman(2010) distintas identidades en una “comunidad de carnaval” ó usar una ropa y mañana otra.

CONCLUSIÓN a modo de reflexión para seguir pensando, la identidad en la sociedad actual es construida. El actor social asume en la red distintas identidades, forma parte de distintas comunidades, en una modernidad líquida, las identidades son “pret a Portet” como la ropa lista para usar, en una ocasión o en otra. Si existen identidades que no se corresponden con la realidad, no por ello es posible denominarlas “falsas” pero aunque lo sean, son siempre construcciones sociales. Ahora bien ¿porqué se construyen las identidades? En un mundo líquido el actor social se debe esforzar por construir una identidad para estar “dentro” del mundo globalizado, y esforzarse por no estar “fuera” del mismo. Las identidades individuales-sociales y la identidades políticas con construidas por lo que la gente piensa que es, aunque en la realidad o fuera de la red no exista una correspondencia, ó por la “auto imagen” que quieren que los otros tengan de los políticos o figuras públicas.

BIBLIOGRAFIA

BAUMAN Zygmunt (2010) “Identidad” Conversaciones con Benedetto Vecchi, Editorial Lozada S.A.

BAUMAN Zygmunt (2013) “Modernidad Líquida”, Editorial Fondo de Cultura Económica.

BAUMAN Zygmunt (2000) "Globalización" Consecuencias Humanas, Editorial Signos Filosóficos.

BECK Ulrich (2000) "Globalización" Ed. Paidós.

BERTOLDI Guillermo (2011) "La campaña emocional" en http://books.google.es/books?id=8WYu3_B1cioC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false (consultado el 3 de mayo del 2015) donde presenta su obra "La campaña emocional. Comunicación política en el territorio de los sueños" Ed. Dunken.

BERTOLDI Guillermo (2015) "Son los contenidos, estúpido" en el blog de Comunicación Política <http://www.guillermobertoldi.blogspot.com.ar/2015/04/son-los-contenidos-estupido.html> (consultado el 3 de mayo del 2015)

CASTELLS Manuel (2005) "Internet, libertad y sociedad una perspectiva analítica" en Revista Tareas N° 121 CELA setiembre, diciembre 2005, pp 5-34.

CASTELLS Manuel (2013) Redes de indignación y esperanza : Los movimientos sociales en la era de Internet, Editorial Alianza.

CASTELLS Manuel: "La sociabilidad real se da hoy en Internet" en http://www.revistaenie.clarin.com/ideas/Manuel-Castells-sociabilidad-real-hoy-Internet_0_967703232.html (2 de Agosto del 2013).

CASTELLS, MANUEL (2008) *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol.1 La Sociedad Red*. Siglo XXI Editores.

CASTELLS, MANUEL (1999) *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol.2 El poder de la identidad*. Siglo XXI Editores.

CASTELLS, MANUEL (2008) *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura. Vol.3 Fin de Milenio*. Siglo XXI Editores.

CASTRO MARTINEZ Levy (Norteamérica vol.7 no.1 México ene./jun. 2012) (consultado el 2 de mayo del 2015) Reflexiones: Notas críticas-El marketing político en Estados Unidos: el caso Obama, en http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-35502012000100008&script=sci_arttext.

DADER José Luis (2009) "Ciberpolítica en los websites de partidos políticos: la experiencia de las elecciones de 2008 en España ante las tendencias transnacionales" Revista de Sociología e Política (Brasil) N° monopolítico sobre "Internet y Política" Vol. 17 N°34. 2009 (consultado el 2 de mayo del 2015).

DEL ACEBO IBAÑEZ, Enrique y Roberto J. BRIE(2001) “Diccionario de Sociología”
Editorial Claridad.

FARREL David M, Robin KOLODNY y Sthepen MEDVIC en Feature Article “Parties and
Campain Professionals in a Digital Age. Political Consultants in United States and their
Counterparts overseas” disponible en
<http://astro.temple.edu/~rkolodny/documents/Farrell%20Kolodny%20and%20Medvic%2001.pdf> (consultado el 3 de mayo del 2015).

GALLINO Luciano (1993) “Dizionario di Sociologia” Editorial TEA.

GIDDENS Anthony (2004) “Sociología”, Ed. Alianza.

QUEVEDOo Luis Alberto y Ariana VACCHIERI (2003) “Los desafíos de la sociedad de la
información, la brecha digital y el gobierno electrónico en América Latina” en el Anuario
Social y Político de América Latina y El Caribe, Año 6; 2003.

KRUGER Karsten (2006)“El concepto de Sociedad del Conocimiento” en Biblio
3W.REVISTA BIBLIOGRÁFICA DE GEOGRAFÍA Y CIENCIAS SOCIALES(Serie
documental de Geo Crítica)Universidad de Barcelona Vol. XI, nº 683, 25 de octubre de 2006

SOLIS DELGADO Juan José(2012) “Peña Nieto y el poder de las Redes”(México Mayo 2,
2015) en www.razonypalabra.org.mx/Interticios/Interticios:2012/0/2012_Interticios-html
(consultado el 2 de mayo del 2015).

SOLIS DELGADO Juan José(2008) “...”(México Mayo 2, 2015) en
www.razonypalabra.org.mx/Interticios/Interticios_8_Interticios-html (consultado el 2 de
mayo del 2015)

VASILACHIS de GIALDINO, Irene(1992) “Métodos Cualitativos I. Los problemas teórico-
epistemológicos, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina

WALLACE Ruth A. y Alison WOLF (1991) La teoría Sociológica Contemporánea, Ed II
Mulino .
